

Anzeigenwerbung nur noch mit Einwilligung?

Der Bundesgerichtshof hat sich zu Anzeigenwerbung in E-Mail-Postfächern geäußert und auch für diese Art von Werbung ein Einwilligungserfordernis festgestellt. Der Grund: Auch bei solchen Anzeigen handele es sich um Werbung mittels elektronischer Post, daher seien sie, wie E-Mail-Werbung, nur mit Einwilligung des Empfängers zulässig. Das ist diskutabel, aufgrund des nun vorliegenden BGH-Urteils für die Praxis aber vorerst entschieden. Berücksichtigt werden sollte weiter, ob das BGH-Urteil auch für andere Werbeanzeigen im Web gilt.

Zu diesen Werbeanzeigen hat sich der Bundesgerichtshof (BGH) in seinem [Urteil vom 13.01.2022 – I ZR 25/19](#) geäußert und im Ergebnis entschieden, dass die Werbung nur mit ausdrücklicher Einwilligung des Nutzers geschaltet werden darf. Rechtlich basiert das auf der Annahme, dass es sich bei Anzeigenwerbung um „Werbung unter Verwendung elektronischer Post“ handelt, die nach § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG nur mit ausdrücklicher Einwilligung des Adressaten geschaltet werden darf. Das Oberlandesgericht Nürnberg ([Urteil vom 15.01.2019 – 3 U 724/18](#)) war noch davon ausgegangen, dass es sich bei den Anzeigen nicht um an den Adressaten versandte Nachrichten und damit nicht um elektronische Post handele. Die Anzeigen seien vielmehr mit normalen Werbebannern auf Websites vergleichbar, für die kein Einwilligungserfordernis bestehe, solange sie nicht personalisiert werden.

Der BGH sah dies, spitzfindig, anders: Er hatte die Frage der Einordnung der Anzeigenwerbung dem Europäischen Gerichtshof vorgelegt ([Urteil vom 25.11.2021 – C-102/20](#)) und geht mit diesem davon aus, dass die Anzeigen zwar nicht als elektronische Post einzuordnen seien. Trotzdem handele es sich aber um Werbung, die unter Verwendung elektronischer Post, nämlich unter Verwendung des Posteingangs der Empfänger, an diese übermittelt werde. Dies sei ausreichend für die Anwendbarkeit des § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG und daher seien die Werbeanzeigen nur mit Einwilligung zulässig.

Eine wirksame Einwilligung in den Empfang von Anzeigenwerbung setzt voraus, dass der Nutzer explizit einwilligt, Werbung durch Anzeigen im E-Mail-Postfach zu erhalten. Inwiefern eine allgemeine Einwilligung, Werbung zu erhalten oder ein kostenloses Postfach mit Werbung nutzen zu wollen, ausreicht, ist kritisch zu überprüfen und vom Einzelfall abhängig. In dem vom BGH entschiedenen Fall war die Einwilligung zu generell und daher nicht wirksam. Die Nutzer hatten sich lediglich für ein kostenfreies E-Mail-Postfach mit Werbung entschieden, ohne genau informiert worden zu sein, dass auch Anzeigenwerbung im E-Mail-Postfach angezeigt werden soll.

Für Anbieter von E-Mail-Postfächern hat das Urteil zur Folge, dass sie ihre Werbepaxis überprüfen müssen. Anzeigen im E-Mail-Postfach erfordern eine ausdrückliche Einwilligung in die Schaltung. Das Angebot von E-Mail-Postfächern „*gratis, aber dafür mit Werbung*“ führt nicht zu einer wirksamen Einwilligung, wenn nicht ergänzend die Details klaggestellt wurden, etwa, welche Werbung den Nutzern angezeigt werden soll.

Auf allgemeine Werbeanzeigen im Web wird diese Rechtsprechung indes nicht übertragbar sein, da der BGH gerade auf die Anzeige im E-Mail-Postfach abstellt, die „Verwendung“ elektronischer Post.



Für alle weiteren Fragen rund um das Datenschutzrecht stehen Ihnen gerne zur Verfügung



Dr. Kristina Schreiber
+49(0)221 65065-337
kristina.schreiber@loschelder.de



Dr. Simon Kohm
+49(0)221 65065-200
simon.kohm@loschelder.de



Dr. Malte Göbel
+49(0)221 65065-337
malte.goebel@loschelder.de

Impressum

LOSCHELDER RECHTSANWÄLTE

Partnerschaftsgesellschaft mbB

Konrad-Adenauer-Ufer 11

50668 Köln

Tel. +49 (0)221 65065-0, Fax +49 (0)221 65065-110

info@loschelder.de

www.loschelder.de